

**PENGARUH *REFERENCE GROUP*, *SERVICE QUALITY*, DAN
STORE ATMOSPHERE MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA HARTONO ELEKTRONIK
KERTAJAYA INDAH SURABAYA**

SKRIPSI S-1



Oleh :

ANDHIKA PUTRA PRADANA

3103010210

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014**

**PENGARUH *REFERENCE GROUP*, *SERVICE QUALITY*, DAN
STORE ATMOSPHERE MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP NIAT BELI ULANG
PADA HARTONO ELEKTRONIK KERTAJAYA INDAH
SURABAYA**

**SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**

**OLEH:
ANDHIKA PUTRA PRADANA
3103010210**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014**

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andhika Putra Pradana
NRP : 3103010210
Judul Skripsi : Pengaruh *Reference Group*, *Service Quality*, dan *Store Atmosphere* Melalui Kepuasan Konsumen Terhadap Niat beli Ulang pada Hartono Elektronik Kertajaya Indah Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 12 November 2014

Yang Menyatakan,



Andhika Putra Pradana

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *REFERENCE GROUP*, *SERVICE QUALITY*, DAN
STORE ATMOSPHERE MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP NIAT BELI ULANG
PADA HARTONO ELEKTRONIK KERTAJAYA INDAH
SURABAYA**

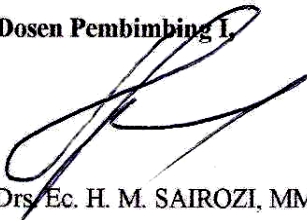
OLEH:

ANDHIKA PUTRA PRADANA

3103010210

**Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji**

Dosen Pembimbing I,



Dr. Ec. H. M. SAIROZI, MM

NIK 311.86.0125

Dosen Pembimbing II,



Dr. DIYAH TULIPA, MM

NIK 311.02.0543

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Andhika Putra Pradana NRP: 3103010210.

Telah diuji pada tanggal 16 Desember 2014 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji,



Dr. Diyah Tulipa, SE., MM
NIK 311.02.0543

Mengetahui:



Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si
NIK 311.99.0369

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa berkat penyertaan, perlindungan dan kasih Karunia-Nya, sehingga penulis skripsi yang berjudul “Pengaruh *Reference Group*, *Service Quality*, dan *Store Atmosphere* Melalui Kepuasan Konsumen Terhadap Niat beli Ulang pada Hartono Elektronik Kertajaya Indah Surabaya” dapat terselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jurusan Akuntansi atas segala asuhan dan didikannya sejak penulis menjadi anggota keluarga besar Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr.Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Unika Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. H M Sairozi, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan serta saran bagi penyelesaian penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Diah Tulipa, MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan serta saran bagi penyelesaian penulisan skripsi ini.

5. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
6. Segenap keluarga, para sahabat, dan teman-teman saya dalam mendukung proses penyelesaian skripsi ini.
7. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuannya. Semoga atas bimbingan serta perhatian yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan penulis dapat menerima saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Surabaya, November 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 <i>Reference Group</i>	10
2.2.2 <i>Service Quality</i>	11
2.2.3 <i>Store Atmosphere</i>	14
2.2.4 Kepuasan Konsumen.....	19

2.2.5	Niat Beli Ulang.....	20
2.3	Pengaruh Antar Variabel.....	24
2.3.1	Pengaruh Antara <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	24
2.3.2.	Pengaruh Antara <i>Service Quality</i> Terhadap Niat Beli Ulang.....	24
2.3.3.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Niat Beli Ulang.....	25
2.3.4.	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang.....	26
2.4	Model Penelitian.....	26
2.5	Hipotesis Penelitian	27

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian.....	29
3.2	Identifikasi Variabel	29
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.4	Pengukuran Variabel	32
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	33
3.5.1	Jenis Data	33
3.5.2	Sumber Data.....	33
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data	34
3.6.1	Alat Pengumpulan Data	34
3.6.2	Metode Pengumpulan Data	34
3.7	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	35

3.8	Pengujian Instrumen Penelitian (Kuisisioner).....	36
3.8.1	<i>Construct Validity</i>	36
3.8.2	<i>Construct Reliability</i>	36
3.9	Tahap Pengolahan Data	37
3.9.1	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	39

BAB 4 HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

4.1	Karakteristik Responden	44
4.1.1	Jenis Kelamin	44
4.1.2	Usia	45
4.1.3	Tingkat Pendidikan	46
4.1.4	Profesi	46
4.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	47
4.2.1	Statistik Deskriptif Variabel <i>Referensi</i> <i>Group</i>	49
4.2.2	Statistik Deskriptif Variabel <i>Service</i> <i>Quality</i>	50
4.2.3	Statistik Deskriptif Variabel <i>Store</i> <i>Atmosphere</i>	51
4.2.4	Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	53
4.2.5	Statistik Deskriptif Variabel Niat beli Ulang	55
4.3	Uji Asumsi SEM	55
4.3.1	Uji Normalitas	55
4.3.2	Uji Validitas	58

4.3.3 Uji Reliabilitas.....	60
4.4 Persamaan Struktural.....	61
4.5 Pengujian Hipotesis	62
4.6 Uji Keseluruhan Model.....	64
4.7 Pembahasan.....	66
4.7.1 Pengaruh <i>Reference group</i> Terhadap Niat beli Ulang Pada Produk Hartono Elektronik	66
4.7.2 Pengaruh <i>Reference group</i> Terhadap Kepuasan konsumen Produk Hartono Elektronik.....	67
4.7.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan konsumen Produk Hartono Elektronik.....	68
4.7.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Niat beli Ulang pada Produk Hartono Elektronik	69
4.7.5 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Niat beli Ulang Pada Produk Hartono Elektronik	70
4.7.6 Pengaruh Kepuasan konsumen Terhadap Niat beli Ulang Pada Produk Hartono Elektronik	71

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	72
----------------------	----

5.2	Saran	73
5.2.1	Bagi Perusahaan	74
5.2.2	Bagi Pembaca dan Pihak Lain	74
DAFTAR PUSTAKA.....		75
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	<i>Goodness of Fit Indices</i>	43
Tabel 4.1	Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2	Usia	45
Tabel 4.3	Tingkat Pendidikan.....	46
Tabel. 4.4	Profesi.....	47
Tabel 4.5	Interval Rata - Rata Skor	48
Tabel 4.6	Hasul Tanggapan Responden pada Dimensi Referensi Group	48
Tabel 4.7	Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Service Quality</i>	50
Tabel 4.8	Hasil Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Store Atmospher</i>	52
Tabel 4.9	Tanggapan Responden pada Dimensi Kepuasan Konsumen.....	53
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel Dimensi Niat Beli Ulang.....	54
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	57
Tabel 4.12	<i>Skewness Kurtosis Skewness and Kurtosis</i>	58
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.15	Pengujian Hipotesis.....	63
Tabel 4.16	Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.2	Kerangka Pemikiran	27
Gambar	3.1	Model Konseptual	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data Penelitian
Lampiran 3	Statistikl Deskriptif
Lampiran 4	SEM

ABSTRAK

Peningkatan pendapatan per kapita di Indonesia sebagian besar diikuti dengan daya beli masyarakat di Indonesia juga semakin tinggi. Melihat fenomena penjualan dalam pasar modern yang semakin meningkat, maka semakin terbukanya peluang bagi produsen untuk membuka usaha dalam pasar modern, terutama di dalam retail elektronik. Salah satunya ialah toko Hartono Elektronik Kertajaya Indah Surabaya. Oleh sebab itu, peneliti ingin meneliti mengenai “Apakah *reference group*, *service quality*, dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan Niat beli Ulang pada Hartono Elektronik Kertajaya Indah Surabaya?”.

Jenis penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna produk Hartono Elektronik di Kota Surabaya sebanyak 120 sampel, yang diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Alat dan metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden (konsumen) Hartono Elektronik di Surabaya. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM).

Hasil kesimpulan yang diperoleh yaitu : *reference group*, *service quality*, dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan Niat beli Ulang pada Hartono Elektronik Kertajaya Indah Surabaya.

Kata Kunci : *Reference Group, Service Quality, Store Atmosphere*, Kepuasan Konsumen, Niat beli Ulang

ABSTRACT

The increase income per capita in Indonesia is largely followed by the purchasing power of society in Indonesia also higher. Looking at sales phenomenon in the modern market are increasing, the more opportunities for the manufacturers to open a business in the modern market, particularly in the retail electronics. One of them is to store Hartono Electronic Kertajaya Surabaya. Therefore, researchers wanted to examine about "What the reference group, service quality, and store atmosphere influence toward customer satisfaction and product purchasing decisions Television on Electronic Hartono Kertajaya Indah in Surabaya?".

This research uses quantitative data. The population in this study research are all users of the products Hartono Electronic Surabaya City as many as 120 samples, were taken by using purposive sampling method. Tools and data collection methods in the study research conducted by distributing questionnaires directly to the respondents (consumers) Electronic Hartono in Surabaya. The method of data analysis used Structural Equation Modeling (SEM).

The results obtained by the conclusion is reference group, service quality, and store atmosphere influence toward customer satisfaction and purchasing decisions Television on Electronic Hartono Kertajaya in Surabaya.

Kata Kunci : **Reference Group, Service Quality, Store Atmosphere, Customer Satisfaction, Purchasing Decisions**